

Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Merokok Siswa SMP Usia 12-14 Tahun di Kota Semarang

OCTAVIA RIZKI AMALIA UTARI – 25010115130179

(2019 - Skripsi)

Remaja awal (usia 12-14 tahun) memiliki kerentanan terhadap pengaruh dari lingkungan, salah satunya adalah pengaruh dari media sosialnya. Saluran internet dan media sosial adalah kunci strategi pemasaran salah satu perusahaan rokok terbesar di Indonesia, yang bertujuan untuk meningkatkan keterpaparan remaja terhadap rokok. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran pengaruh media sosial terhadap perilaku merokok siswa SMP usia 12-14 tahun di Kota Semarang. Penelitian ini bersifat deskriptif, menggunakan metode kuantitatif melalui proses wawancara dengan menggunakan instrumen kuesioner dan pendekatan cross sectionall, dengan populasi sebesar 32.344 siswa yang tersebar di 184 sekolah. Sampel kasus sebesar 110 siswa yang diambil menggunakan teknik multistage random sampling. Analisis data dilakukan dengan analisis univariat dan bivariat. Sebanyak 42,7% responden dalam penelitian ini memiliki perilaku merokok. Hasil uji bivariat pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel sikap individu ($p=0.005$), paparan media sosial ($p=0.000$) dan self efficacy ($p=0.000$) memiliki hubungan dengan perilaku merokok siswa SMP usia 12-14 tahun di Kota Semarang. Berdasarkan uji bivariat tersebut maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara sikap individu, paparan media sosial dan self efficacy dengan perilaku merokok siswa SMP usia 12-14 tahun di Kota Semarang. Salah satu faktor yang menyebabkan adanya pengaruh dari media sosial terhadap perilaku merokok adalah ketertarikan dari remaja terhadap konten rokok tersebut sehingga remaja tertarik untuk mencoba rokok. Sehingga siswa SMP usia 12-14 tahun di Kota Semarang diharapkan mampu memiliki ketahanan diri (self efficacy) yang kuat dan sikap yang tegas agar tidak mudah terpengaruh terhadap paparan media sosial, khususnya konten terkait rokok

Kata Kunci: perilaku merokok, remaja awal, media sosial, sikap individu, self efficacy, paparan media sosial